

**中期経営計画「GP25 2nd Stage」
(2019-2021年度)**



**2019年5月10日
大建工業株式会社
(証券コード：7905)**

目次

■ 長期ビジョン「GP25」（2025年に目指す姿）	3
■ 中期経営計画「GP25 2nd Stage」の位置付け	4
■ 価値創造プロセス	5
■ 前中期経営計画「GP25 1st Stage」経営目標の達成状況	6
■ 基本方針	7
■ 経営目標	8
■ 事業セグメント別戦略 及び 目標	9
■ 市場別戦略 及び 目標	10
■ 経営基盤の強化	11
■ 成長・基盤強化のための投資及び財務基盤の最適化	12
■ 資本政策・株主還元	13
■ ESG経営の実践	14

長期ビジョン「GP25」(2025年に目指す姿)

2025年 長期ビジョン「GP25」 Grow/Glow Plan 25



存在意義・志

1. 限りある資源の有効活用を通じてサステイナブルな社会の実現に貢献する
2. より快適・安心な空間作りを通じて人々の心を豊かにする

2025年のありたい姿

1. 素材/建材/エンジニアリングで一歩先行くグローバル企業へ
2. 新たな事業領域に挑戦し続け、第四の柱を育てる
3. 消費者目線の商品開発力、提案力、課題解決力、組織力でプロフェッショナルから圧倒的な支持を受ける
4. 挑戦を賞賛する風土、挑戦を支える仕組みが確立されている
5. ガバナンスが強化されており、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を支えている

長期ビジョン「GP25」で目指す事業領域と市場・分野

現在の「住宅用建材のメーカー」という姿から、

- 建材だけでなく、建材に使用する素材の供給から施工・工事まで手掛ける
- 住宅だけでなく、公共・商業建築分野、産業資材分野まで幅広く展開する
- 国内だけでなく、海外に展開する



中期経営計画「GP25 2nd Stage」の位置付け

2025年
長期ビジョン「GP25」
実現に向けて

「建築資材の総合企業」へ

売上高目標:2,500億円

2022
~2025

中期経営計画
GP25 3rd Stage
2022~2025年度

成長(Grow)し、輝く(Glow)
「建築資材の総合企業」を実現

2019
~2021

中期経営計画
GP25 2nd Stage
2019~2021年度

「建築資材の総合企業」に向け
成長戦略を加速させる

2016
~2018

前中期経営計画
GP25 1st Stage
2016~2018年度

「建築資材の総合企業」への
第一歩を踏み出す

長期ビジョン「GP25」実現に向けて

GP25
3rd Stage

GP25
2nd Stage

GP25
1st Stage

「住宅用建材のメーカー」から
「建築資材の総合企業」へ

価値創造プロセス

- 事業活動を通じた社会課題解決を追求することにより、経済的・社会的価値の創造を目指す。
- また、事業を支える財務、事業インフラ、ESGの3つの視点から経営基盤の強化を図る。

中期経営計画「GP25 2nd Stage」

成長戦略と経営基盤強化

事業・市場戦略

素材事業

海外市場

公共・商業建築分野

建材事業

産業資材分野

エンジニアリング事業

住宅リフォーム市場

国内新築住宅市場

財務

事業インフラ

ESG(CSR)活動

中期ESG計画

経済的・社会的価値の創出

事業を通じた価値創造 (CSV)

- 国産木材の活用促進
- 安全・安心・健康・快適な空間づくり
- 耐震化の推進
- 未利用資源の有効活用
- 木質資源の循環利用
- CO₂の排出抑制
- 省施工

価値創造の基盤強化

最適化された財務基盤

強靱な事業インフラ

ESGにより強化された経営基盤

経営目標

財務指標

非財務指標

社会課題・ニーズ



- 低炭素社会の実現
- 循環型社会の実現
- 水資源への対応
- 生物多様性への対応
- 南洋材の保全
- 労働力の減少
- ダイバーシティの推進
- 働き方改革の推進
- 地域社会の発展
- 国内林産業の活性化
- 自然災害への備え
- 安全・安心・健康・快適な住環境の整備
- 超高齢社会への対応

さらなる価値創造の基盤構築に向けた投資

前中期経営計画「GP25 1st Stage」経営目標の達成状況

- 売上高、純利益で経営目標を達成。配当性向30%以上の方針に基づく株主還元を継続
- 営業利益は1年目の連結以来過去最高益を含め2年連続で達成するも、最終年度は未達
- 重点3市場売上高は海外市場で超過達成する一方、公共・商業建築分野は新設住宅着工が堅調に推移したこともあり未達、住宅リフォーム市場も目標に届かず

(単位：億円)

		実績		実績		
		2015年度	2018年度	2016年度	2017年度	2018年度
経営目標	売上高	1,681	1,800	1,688	1,705	1,829
	営業利益	55	70	85	75	57
	経常利益	52	70	90	87	68
	純利益	39	43	51	58	44
	ROE	9.8%	8%	11.7%	11.7%	7.8%
	配当性向	30.4%	30%以上	30.1%	30.3%	42.4%
重点3市場 売上高	公共・商業建築分野	166	285	168	199	211
	海外市場	96	143	110	123	192
	住宅リフォーム市場	283	299	288	290	284
	合計	545	727	566	612	687

基本方針

**強靱な経営基盤のもと、事業を通じた社会課題解決を追求することで、
「建築資材の総合企業」に向けた成長戦略を加速させる**

I. 成長戦略の加速

国内 : 事業(市場)ポートフォリオの見直し

海外 : 積極投資による事業拡大、新たな市場への進出

II. 経営基盤の強化

1. 財務基盤の最適化

2. 強く、柔軟な事業インフラの再構築

3. ESG経営の実践

経営目標

経営目標

I. 成長戦略の加速

(単位：億円)	2018年度 実績
売上高	1,829
うち国内市場	1,637
うち海外市場	192
営業利益	57
営業利益率	3.1%
純利益	44



2019年度 予想	2021年度 目標	増減
2,100	2,250	+421
1,720	1,730	+93
380	520	+328
104	120	+63
5.0%	5.3%	+2.2pt
60	70	+26

II. 経営基盤の強化

財務指標 (2021年度)		
効率性	ROE	10%
	ROA	7%
健全性	自己資本比率	40%
株主還元	配当性向	30%以上

非財務指標 (2021年度)		
E	CO ₂ 国内総排出量※1	△26%
S	ダイバーシティ総合指数※2	+20pt
	品質に関する重大な事故・違反	0件
G	グループ企業理念浸透度※3	+10pt

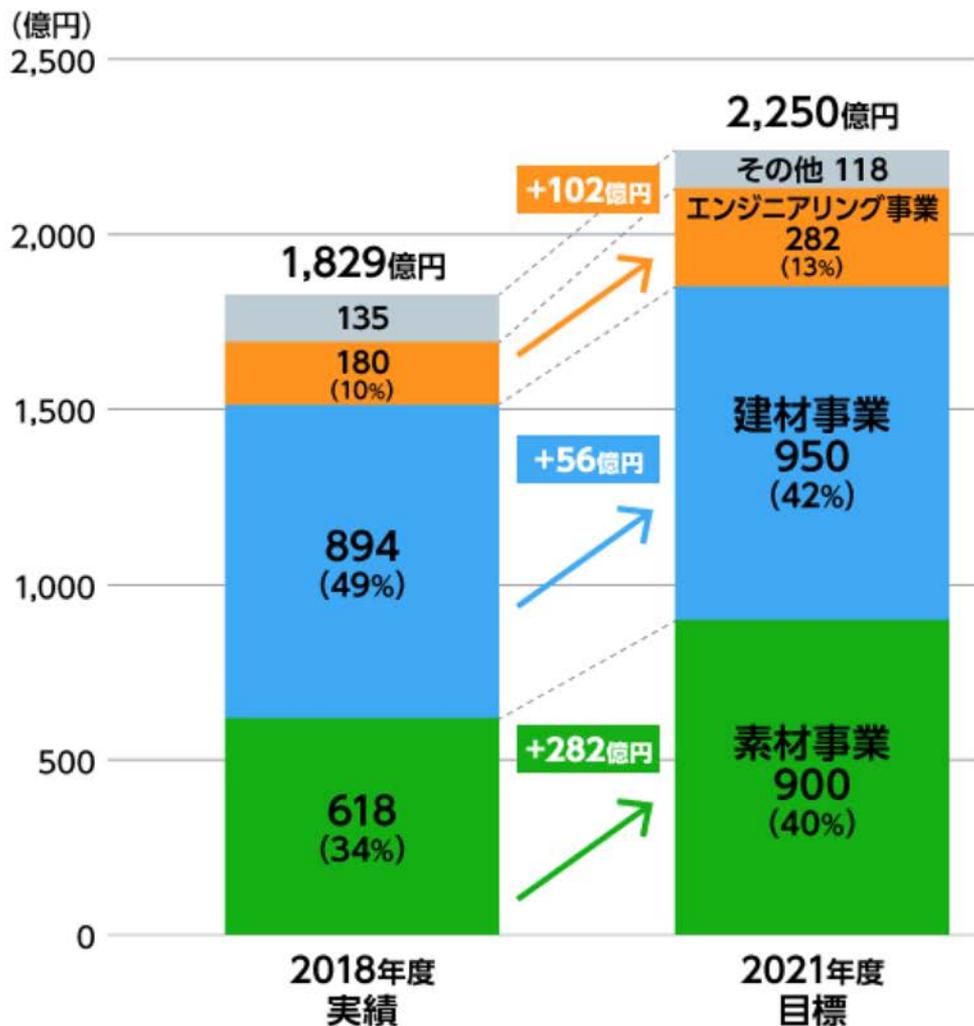
※1：2013年度比

※2：女性管理職比率などダイバーシティ8項目を指数化した当社独自指標 2018年度比

※3：グループ企業理念に関する従業員の理解・共有・実践を指数化した当社独自指標 2017年度比

事業セグメント別戦略及び目標

■ 事業セグメント売上高



素材事業

持続可能性と機能性を強みにグローバルに市場を拡大
用途拡大し、固定資産効率を最大化

- ▶ 北米木質素材事業(LVL・単板)に投資、北米市場へ進出
- ▶ 生産体制の最適化の追求
- ▶ 社会課題解決を軸とした用途開発の加速
 - 木材の不燃化事業を開始
 - 農業・園芸市場向け木材活用の事業化検討
 - 新木質素材の事業化検討

建材事業

素材事業を持つ強みと、機能性・省施工性建材を強みに、
住宅市場でのシェアアップと公共商業建築分野での拡大

- ▶ 選ばれ続ける差別化製品の更なる拡充
- ▶ M&A、外部リソースを積極的に活用した
製品・販売網の拡充

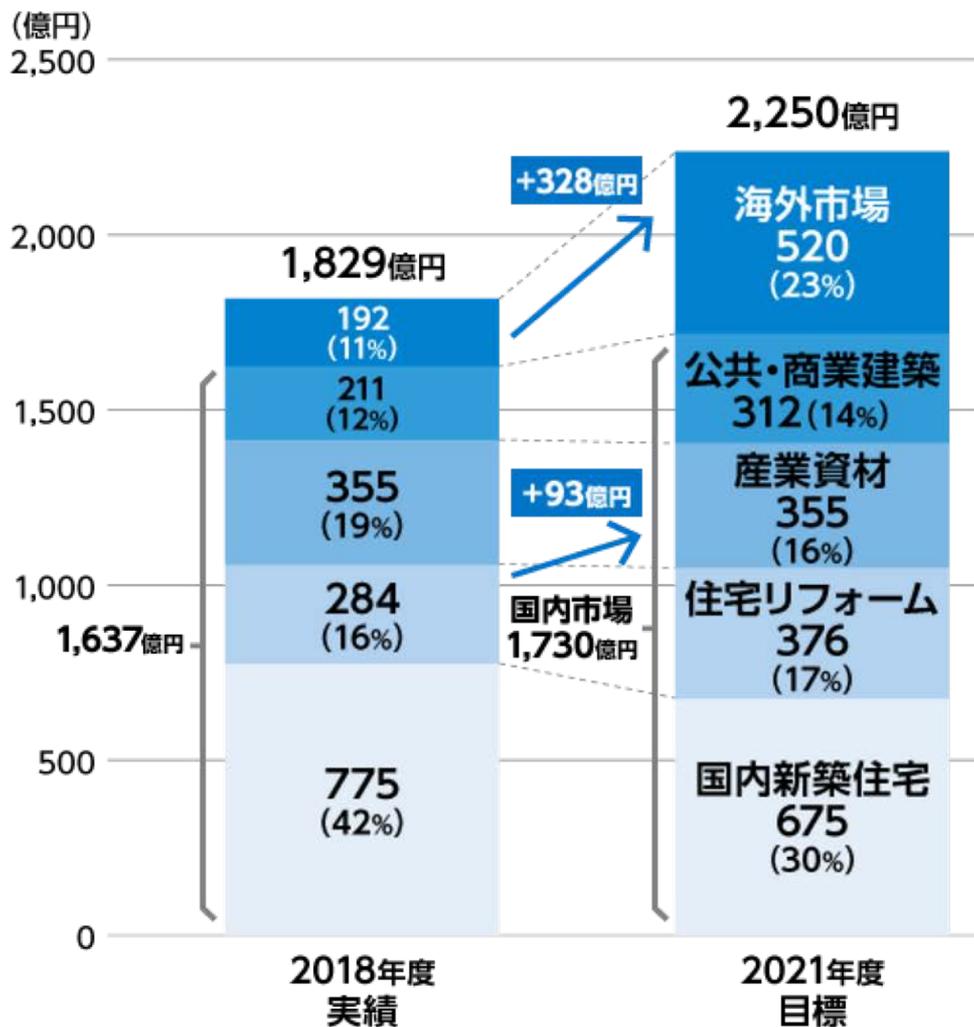
エンジニアリング事業

M&A及び他社提携による工事領域・エリア・受注先の拡大

- ▶ 重点市場(公共・商業建築分野、リフォーム・リノベーション)を
ターゲットとする工事会社の事業拡大

市場別戦略及び目標

■ 市場別売上高



海外市場

積極投資により、素材事業を中心にグローバル展開を加速

- ▶ 北米木質素材事業(LVL・単板)へ投資、北米市場への進出
- ▶ MDFを中心に木質素材の継続拡大
- ▶ 中国・インドネシア建材事業を安定軌道に乗せ、成長戦略にシフト

公共・商業建築分野

M&Aを含めた投資を拡大、成長を加速

- ▶ 製品ラインアップの拡充(新たに医療分野を注力ターゲット)
- ▶ 物流、図面対応、営業体制等、市場拡大のためのインフラ整備
- ▶ 他社連携・M&Aを視野に入れた製品・販売網の拡充

産業資材分野

住宅向けの減少を用途開発でカバーし、素材事業を拡大

- ▶ 新市場・分野への用途開発に注力
- ▶ 新素材・研究開発品の開発推進と用途探索

住宅リフォーム市場

機能性製品・工法を切り口にリノベーション市場での拡大

- ▶ 首都圏でのリノベーション物件販売拡大とリフォーム工事拡大
- ▶ 省施工、省廃棄物等のリフォーム向け製品の拡充に注力

国内新築住宅市場

市場・顧客の変化に応じた営業体制の再構築とシェアアップ

- ▶ 防音、省施工等の機能性を切り口とした製品・提案の継続強化
- ▶ 重点流通との協業体制と重点顧客への提案体制の強化

国内市場

経営基盤の強化

成長戦略を着実に進めるため、財務、事業インフラ、ESGの3つの視点から経営基盤を強化する。

財務基盤の最適化

成長、基盤強化に向けた投資を支えるため、
効率性、健全性を重視し、
財務基盤の最適化を図る

経営基盤の強化

ESG経営の実践

成長戦略を支える経営基盤強化に向け、
「中期ESG計画」の推進を軸として、
持続可能なESG経営を実践する

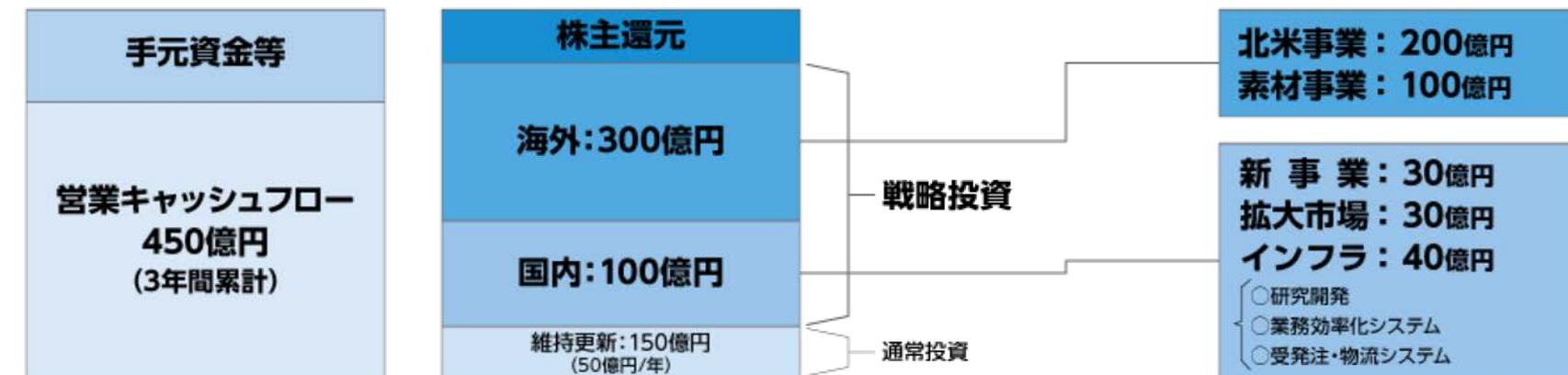
強く、柔軟な事業インフラの再構築

選ばれ続ける企業であるため、
中長期視点でみた戦略的で最適な
IT・物流・供給体制を確立し
強く、柔軟な事業インフラを再構築する

成長・基盤強化に向けた投資 及び 財務基盤の最適化

成長・基盤強化に向けた投資

- 長期ビジョン「GP25」実現に向けた成長投資を最優先に実施する
- 投資決定にあたってはリスクとリターン、資本コストを考慮する
- AI、IoTなど先端技術を積極活用し、生産性向上や効率化につなげる



財務基盤の最適化

効率性目標

- ・ROA : 7%
- ・ROE : 10%

- 固定資産回転率の向上
(非効率資産の圧縮、設備投資の厳選)
- 運転資本回転率の向上
(BCPを考慮した在庫の最適化)

健全性目標

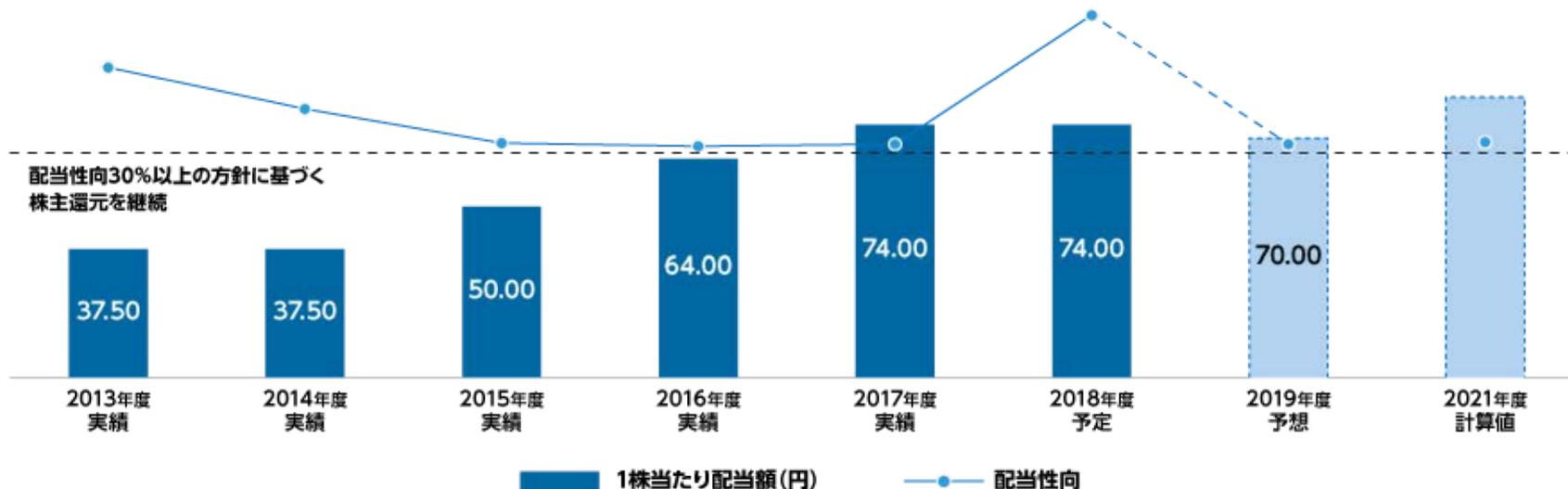
- ・自己資本比率 : 40%
- ・D/Eレシオ : 0.5倍

- 最適なバランスのBSマネジメント
- 成長を支える投資資金の調達

資本政策・株主還元

資本政策の基本方針

- R O E を重視した効率的な経営に努め、株主還元の充実と財務の健全性及び戦略的投資のバランスを最適化することで、企業価値の向上を図る。
- 株主還元方針は、配当性向30%以上を目標とし、業績に連動した利益還元を目指しつつ安定的な配当の維持に努める。
- 自己株式の取得については、資本の状況、市場環境等を考慮した上で、総合的に判断する。株主資本については、中長期的な成長と、それを支える強固な経営基盤の確立のために、生産・販売・施工体制の整備・強化や新規事業・海外事業の展開などに有効活用する。



ESG経営の実践

中期経営計画「GP25 2nd Stage」達成に向け、必要な経営基盤強化として、特に重要な項目を「中期ESG計画」として策定。中期経営計画の最終年度に向けた目標を設定し、より連動性を高めて一体で取り組む。

「中期ESG計画」（2019-2021年度）における主なテーマ及び目標

E



温室効果ガス排出削減

温室効果ガス 国内総排出量
2021年度：26%削減（2013年度比）

炭素固定化の推進

木質素材事業による炭素固定化量：
1,100,000t-CO₂/年

再生可能エネルギーの利用促進

再生可能エネルギー利用率：50%以上

生物多様性に配慮した木材調達の推進

床基材国産木材の利用率：45%

S



品質管理体制強化

重大製品事故：0件 製品監査実施カバー率：100%

働き方改革の推進

年次有給休暇取得率：70%

ダイバーシティ推進

女性管理職比率などダイバーシティ8項目を指数化：+20pt

人財育成の強化

若手社員キャリアプラン研修受講率：100%
マネジメント層養成研修プログラム受講率：70%

G



ガバナンス強化

グループ企業理念浸透度：+10pt
グループ企業理念浸透プログラム実施率：100%

リスクマネジメント推進

調達、システムBCP3ヶ年事前対策の計画完了率：100%

コンプライアンス徹底

重大コンプライアンス違反：0件

キノウを超える、ミライへ。

DAIKEN

本資料は情報提供を目的としており、本資料により何らかの行動を勧誘するものではありません。
本資料（業績予想を含む）は、現時点で入手可能な情報に基づいて、当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその確実性・完全性に関する責任を負いません。
ご利用に関してはご自身の判断にてお願い致します。
本資料に掲載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって生じ得るいかなる損失に対しても当社は責任を負いません。